

# Representações no fluxo televisivo: a naturalização das “novas tecnologias” no telejornal, na telenovela e na publicidade

Nathália dos Santos Silva <sup>1</sup>

Elisa Reinhardt Piedras <sup>2</sup>

**Resumo:** O objetivo desta pesquisa é analisar as representações sobre “novas tecnologias” no fluxo televisivo, considerando o encadeamento entre telejornal, telenovela e publicidade. No âmbito teórico, discutimos a circulação social de representações (MOSCOVICI, 1978[1961]; GOFFMAN, 1979; HALL, 1997) na perspectiva analítica do fluxo televisivo (WILLIAMS, 1992[1974]; JENSEN, 1995). Quanto às estratégias metodológicas, o corpus é constituído pelo fluxo de fragmentos da programação do canal que tematizaram o assunto investigado. Inspirados na “análise de curto alcance do fluxo” de Williams (1992) e nas estratégias sugeridas por Jensen (1995), enfatizamos uma abordagem qualitativa mesclada a algumas estratégias quantitativas e adotamos os procedimentos da análise documental. Ao final, elaboramos três categorias referentes à estruturação de representações sobre “novas tecnologias” através do encadeamento de diferentes gêneros televisivos. Com uma ocorrência maior no telejornalismo, na publicidade e, depois, na telenovela, o fluxo representou aparatos, tecnologias de conexão e diferentes plataformas digitais a partir de diferentes ritmos, intensidades e valores associados, contribuindo na naturalização de algumas representações.

**Palavras-Chave:** Fluxo Televisivo. Representações. Novas Tecnologias.

**Abstract:** The goal of this research is to analyse the representations about “new technologies” in the television flow, considering the catenation of news programs, soap operas and advertising. At the theoretical level, we discuss the social circulation of representations (MOSCOVICI, 1978[1961]; GOFFMAN, 1979; HALL, 1997) in the analytical perspective of television flow (WILLIAMS, 1992[1974]; JENSEN, 1995). About the methodological strategies, the corpus is the flow of programming fragments concerning the theme of “new technologies”. Inspired by Williams’s (1992) “close-range analysis of flow” and by Jensen’s (1995) strategies, we emphasize a qualitative approach articulated with some quantitative strategies and adopted the documental analysis procedures (CELLARD, 2010). Finally, we elaborate three categories concerning the structuration “new technologies” representations through the catenation between different television genres. With a major occurrence in the news programs, and after in the ads and soap operas, the flow has represented gadgets, connection technologies’ and many digital platforms with different rhythms, intensities and associated values, working on the naturalization of some representations.

**Keywords:** Representations. Television Flow. New Technologies.

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2016). E-mail: [nathalia.ssilva@yahoo.com.br](mailto:nathalia.ssilva@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, atuando no Departamento de Comunicação e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. E-mail: [elisapiedras@gmail.com](mailto:elisapiedras@gmail.com).

---

## Introdução

Enquanto alguns anunciam seu fim, a televisão aberta ainda é um meio de relevante presença entre a população brasileira (posse de 97,1%), apresentando intenso consumo midiático, no qual os maiores índices de audiência restringem-se ao chamado “horário nobre” [1] (GRUPO DE MÍDIA DE SÃO PAULO, 2016). Nesse contexto, Carlon e Fechine (2014) discutem novas formas de produzir, veicular e assistir televisão, na qual o que está sendo questionado é o sistema *broadcast*, o massivo e a linearidade das grades.

Este mesmo sistema, hoje questionado, foi o que motivou a discussão da comunicação na televisão, empreendida por Williams na Inglaterra dos anos 1970, culminando na noção de “fluxo televisivo” [2]. A abordagem teve desenvolvimentos posteriores, tanto de ordem teórica quanto metodológica e empírica (JENSEN, 1995), atualizando a noção para outras circunstâncias do televisivo (antes da televisão digital, cabe destacar).

Se no Brasil a televisão ainda tem lugar privilegiado no cotidiano, também o tem como objeto de estudo, à exemplo de redes como o OBITEL (Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva [3]) e grupos de trabalho em importantes congressos de pesquisadores no país. Ao reconstituir o estado da arte [4] da pesquisa sobre o tema no período entre 2000 e 2015, identificamos 12 pesquisas (enfocando dissertações e teses) e constatamos que o desenvolvimento ainda incipiente desse debate se concentra em abordagens da questão da linguagem, da recepção e do consumo televisivos. Os 12 estudos identificados (nove dissertações de mestrado em Comunicação e uma em Antropologia, além de duas teses de doutorado em Comunicação) contemplaram o fluxo desde um viés teórico (ênfase de um estudo), mas predominantemente empírico (11 estudos).

As estratégias teórico-metodológicas adotadas para operacionalizar a noção de fluxo televisivo são diversas nesse contexto de pesquisa. Cinco estudos partiram da perspectiva analítica do texto midiático (conjugada à análise das rotinas de produção por um deles) e três da recepção (conjugada à análise do texto por um

estudo). Dois estudos realizaram um experimento (proposta de desenvolvimento de produto) e um trouxe uma abordagem etnográfica da experiência com a televisão. De modo geral, há contribuições na investigação dos formatos, das linguagens e da experiência televisiva contemporânea (foco de oito estudos), e também das representações, mediações e processos interpretativos na relação com o fluxo televisivo (foco de três estudos).

Entre as pesquisas que tratam das representações (que também nos interessam), há relevantes contribuições na perspectiva etnográfica ou da recepção. O tema foi abordado na investigação sobre a mediação da identidade étnica na interpretação de representações sobre os negros no fluxo televisivo (OLIVEIRA, 2008); sobre o consumo de telenovelas brasileiras em contextos africanos e a construção de significados e interpretações sobre o Brasil nesse processo (MENDES, 2012); e sobre as matrizes de socialização midiáticas pelo fluxo televisivo e a apropriação de seus conteúdos na elaboração de valores e princípios morais por com adolescentes moradores de instituições de acolhimento (CRUZ, 2007). Entretanto, nesses importantes estudos, não houve ênfase na exploração do fluxo televisivo desde uma perspectiva textual de análise da circulação de representações. Buscamos portanto adotar tal perspectiva analítica, visando contribuir para a pesquisa sobre o tratamento midiático de um tema específico no fluxo televisivo: as “novas tecnologias”.

Por “novas tecnologias”, nos referimos aos aparatos e *gadgets* (como *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, computadores, televisões digitais), às plataformas de interação digital (sites, blogs, outras redes sociais e aplicativos diversos) e à própria tecnologia da conexão digital, em geral. Inspirados pelas discussões que problematizam a forma como cada “nova tecnologia” emergente é posicionada como chave de uma “nova era” (BURNETT; MARSHALL, 2003; MOSCO, 2004), não abordamos as tecnologias em si, mas o fenômeno representacional que envolve sua inscrição em nosso cotidiano.

Ao explorar a presença desse tema no cotidiano e na mídia brasileiros, uma breve contextualização desde os anos 1990 permite observar como a insatisfação com o “atraso tecnológico” do país (VEJA, 1993), as iniciativas políticas de abertura

econômica como o fim da reserva de mercado dos computadores, a abertura do acesso comercial à internet, a privatização dos serviços de telefonia e a regulamentação do setor contribuíram para a difusão de tecnologias digitais de informação e comunicação como produtos e serviços comerciais (pagos) no país. Nos anos seguintes, programas de incentivo ao acesso foram incluídos nas agendas de governos, que apostaram na “inclusão digital” como via de superação das desigualdades sociais no país (SOARES, 2008).

Embora essa expectativa, a inserção e popularização de “novas tecnologias” no contexto brasileiro acompanhou o cenário de desigualdades e se deu em ritmos e temporalidades diferentes. A abordagem midiática do tema, no entanto, esteve frequentemente alinhada com um público mais integrado às novidades, apresentando e explicando o funcionamento dos novos aparatos. Havia, desde cedo, uma ansiedade quanto ao “letramento digital” dos brasileiros, que logo se tornou imperativo.

Para além das iniciativas do mercado, poucos produtos tiveram seu uso tão apresentado, debatido, legitimado e incentivado em tantas esferas sociais como as “novas tecnologias” no cenário brasileiro. Se, de fato, essas tecnologias constituem uma especificidade do cotidiano contemporâneo, interessa investigar como vêm sendo representadas, classificadas, assimiladas ao social por meio de seus sistemas simbólicos. Dessa discussão, enfatizamos o papel do fluxo televisivo, entre outros discursos midiáticos, na circulação e consolidação de representações que dão coerência às “novas tecnologias” na cotidiano brasileiro contemporâneo.

Portanto, o objetivo deste artigo é analisar as representações sobre “novas tecnologias” no fluxo televisivo (Rede Globo, set-out/ 2015), considerando o encadeamento entre [5] telejornal, telenovela e publicidade. Para isso, apresentamos brevemente questões teóricas sobre as representações e o fluxo televisivo, e depois discutimos os resultados do estudo exploratório sobre o tema.

---

**Notas teóricas para pensar as representações sobre “novas tecnologias”  
no fluxo televisivo**

A discussão sobre conhecimento socialmente produzido tem base em Durkheim com a noção de “representações coletivas” enquanto sistemas de classificação em correspondência com as formas de organização social. No campo da Psicologia Social, Moscovici (1978; 2003) discute as representações sociais como estruturas dinâmicas que operam a inserção social dos indivíduos e se formam a partir de dois mecanismos: a objetivação, que transforma o abstrato em algo concreto, vincula uma ideia a um núcleo figurativo (e naturaliza essa vinculação); e a ancoragem, que acolhe uma ideia num contexto familiar e conhecido, situando dando coerência à representação em relação a outros valores sociais.

Diferentes abordagens salientam os aspectos convencional e prescritivo das representações, vinculados à sua naturalização na vida cotidiana. Goffman (1979) explicita os processos de ritualização, demonstrando que uma representação opera graças ao aprendizado de seus códigos e sua naturalização. As representações participam da configuração das situações sociais nas quais tem utilidade e não apenas afirmam uma hierarquia social mas a constituem (GOFFMAN, 1979). Na abordagem de Hall (1997a, 1997b), a “partilha” de representações entre sujeitos (mais consensual que natural) também produz esse efeito de naturalidade e universalidade e contribui para a manutenção da hegemonia numa cultura (PROCTER, 2004). Os sistemas de representação são, assim, um lugar de disputa e negociação de relações de poder que “[...] organizam e regulam as práticas sociais, influenciam nossas condutas e, conseqüentemente, têm efeitos reais, práticos” (HALL, 1997a, p. 3, tradução nossa).

Não é à toa que Williams (1992) enfatizou o papel dos debates sociais cotidianos sobre os inventos técnicos na substancialização de “argumentos sociais e culturais” de “decisões reais e efetivas” do processo de implantação e popularização da televisão nos anos 1970 (WILLIAMS, 1992, p. 4, tradução nossa). Esses debates de senso comum, midiáticos ou mesmo acadêmicos, revelam um conjunto de “regras discursivas” instituídas para falar de “novas tecnologias” desde um paradigma

utópico ou distópico, mas sobretudo desde um sentimento de fascinação (SPIGEL, 1992).

Ao discutir a inserção social das “novas tecnologias” em diferentes períodos históricos, alguns autores apontam que as representações sobre elas mudaram muito pouco ao longo dos anos (MOSCO, 2004) [6]. Desde as ferrovias até as mais novas tecnologias digitais, os inventos tecnológicos foram beneficiados por uma “narrativa contínua” da “transformação revolucionária” (BURNETT & MARSHALL, 2003, p. 9, tradução nossa), atuando como “repositórios de futuro” e promessas de progresso humano (MOSCO, 2004). Naturalizada através de uma “ideologia da tecnologia”, a integração é vista como necessária para a melhoria da sociedade, o que reduz e desloca o debate público a uma discussão sobre como expandir sua implementação (BURNETT; MARSHALL, 2003, p. 9, tradução nossa). Nesse sentido, a consolidação de representações sobre uma tecnologia configura sua “forma cultural” absorvendo as contradições e disputas de poder do contexto sociocultural no qual é assimilada e significada.

Diante dessa discussão, voltamo-nos para as representações sobre “novas tecnologias” que circulam no contexto midiático, investigado na perspectiva analítica do fluxo televisivo. Sobre essa perspectiva, o estudo de Williams da década de 1970 é a referência precursora, tendo caracterizado os aspectos mais gerais da dinâmica interna da televisão. O fluxo evidencia a sequência que se forma no encadeamento de diferentes gêneros [7], formatos e conteúdos na experiência da televisão, marcada por complexas relações discursivas, algo que foi posteriormente aprofundado por Jensen (1995).

A proposta de Williams (1992) aproxima-se de uma análise temática, interessada nas relações intertextuais entre os conteúdos que, interrompidos, caracterizam a dinâmica contínua e fragmentada da programação televisiva. Essa abordagem parte de um olhar amplo da relação entre a programação dos canais de diferentes televisões (análise de longo alcance), passando pela descrição dos assuntos gerais da sequência de programas de um único canal (análise de médio alcance), para então, analisar os textos, imagens e enunciados encadeados em um trecho dessa programação, incluindo todos os gêneros que possam estar trançados na forma de

fluxo (análise de curto alcance) (WILLIAMS, 1992). Aqui, atenta-se não só às sequências planejadas da programação, mas ao “[...] processo de movimento e intertextualidade através da sequência e do fluxo” (WILLIAMS, 1992, p. 105, tradução nossa).

Nos anos 1990, Jensen contribuiu para a pesquisa sobre o tema, operacionalizando metodológica e empiricamente a noção de fluxo televisivo. Seu olhar destacou o aspecto estrutural da intertextualidade na construção de uma realidade comum aos textos midiáticos encadeados e na sua articulação com a experiência cotidiana dos telespectadores (JENSEN, 1995). Afinal, do ponto de vista das audiências, a intertextualidade “[...] pode tornar-se um recurso para que os telespectadores estabeleçam a coerência e relevância do fluxo televisivo para suas próprias vidas” (JENSEN, 1995, p. 121, tradução nossa). Ainda que enfatize a recepção, Jensen sugere algumas noções centrais da observação do movimento intertextual no fluxo televisivo, entre as quais nos apropriamos da ideia de “coerência discursiva” e de “pressuposições”. A primeira orienta o analista a remeter os segmentos encadeados (de diferentes gêneros) ao seu contexto na programação, ou seja, sugere estabelecer a coerência entre os fragmentos (incluindo comerciais) e interpretá-los em relação à sua “construção conjunta”, observada em relação a temas unitários. Já as “pressuposições” são premissas implícitas de um argumento ou narrativa, que carregam “suposições fundamentais do discurso” e sinalizam possibilidades interpretativas. Essa noção direcionou o olhar para as premissas “consensuais” entre os discursos, partilhadas entre as distintas abordagens do tema encadeadas, que travam uma rede de coerência também nesse nível mais implícito.

### **Em busca de uma operacionalização teórico-metodológica**

A estratégia teórico-metodológica desta pesquisa está baseada, como vimos, em três questões centrais: a noção de representações como formas de classificação e significação vinculadas às práticas sociais e às dinâmicas de poder; as “novas tecnologias” como algo que aciona representações historicamente



consolidadas; e a perspectiva analítica do fluxo televisivo. Partindo disso, realizamos uma investigação prioritariamente qualitativa (FLICK, 2009) que mescla uma etapa quantitativa e adota a técnica da análise documental (CELLARD, 2010) para abordar as relações entre os fragmentos de diferentes gêneros encadeados no fluxo televisivo.

A coleta ocorreu nos sete dias de uma semana composta entre 1º de setembro e 12 de outubro de 2015 [8]. A programação do canal Rede Globo foi gravada ininterruptamente das 20h30 às 23h (considerado “horário nobre” da programação), o que resultou em 16 horas de material coletado.

Diante desse material, o primeiro procedimento descritivo foi decupar a presença ou qualquer forma de alusão a aparatos e *gadgets*, plataformas de interação ou à própria tecnologia de conexão e outros sistemas digitais (sendo esses nossos critérios de identificação da tematização). Nessa etapa, observamos uma variedade de referências às “novas tecnologias” em diferentes níveis de conteúdo [10] e delimitamos os trechos que continham alguma dessas referências (“subunidades de tematização”) a partir de sua “duração” [10]. A sequência desses trechos resultou em um “fluxo temático” de 2 horas e 56 minutos (nossa unidade de análise, dentro das 16h coletadas), que continuou encadeando diferentes gêneros televisivos. Uma caracterização desse fluxo foi aprofundada na segunda etapa descritiva, de quantificação dos dados. A representatividade da tematização em cada gênero foi analisada a partir de um critério que chamamos de “tematização relativa”, que explica a relação entre o tempo total de veiculação do gênero e o tempo em que as “novas tecnologias” estiveram em pauta. Esses procedimentos contribuíram para uma “descrição rica” (GIBBS, 2009, p. 19) do fluxo de tematizações, indicando questões a serem problematizadas nas etapas seguintes.

Quanto à etapa de análise e interpretação, estando diante do fluxo e não dos segmentos isolados, adotamos a técnica da análise documental visando “[...] descobrir as ligações entre os fatos acumulados, entre os elementos de informação” (CELLARD, 2010, p. 304). A leitura repetida e o contínuo debruçar no material buscaram “[...] tomar consciência das similitudes, relações e diferenças” entre os elementos contidos nos distintos fragmentos, postos “[...] em relação ao contexto, à problemática, ou ao quadro teórico” (CELLARD, 2010, p. 304). Inspirando-nos



também na “análise de curto alcance do fluxo” de Williams (1992) e na abordagem de Jensen (1995) dos fluxos intertextuais, adotamos a noção de “coerência discursiva” para atentar às “redes de coerência” (construídas pelo fluxo como um todo) nas quais se “ancoram” e a partir das quais se “objetivam” (MOSCOVICI, 1978) as representações postas em circulação; e a noção de “pressuposições”, para interpretar esquemas “consensuais” no nível das premissas implícitas “partilhadas” (HALL, 1997a) entre as diferentes formas de abordagem do tema ao longo dos diferentes gêneros no fluxo.

### **As “novas tecnologias” no fluxo televisivo**

O fluxo televisivo pesquisado contempla principalmente a veiculação dos programas *Jornal Nacional* (telejornalismo) e *A Regra do Jogo* (telenovela), além dos intervalos comerciais (publicidade e propaganda). Desde um olhar quantitativo, a tematização das “novas tecnologias” no fluxo foi relativamente maior no telejornalismo, seguido da publicidade e, em menor proporção, da telenovela.

No gênero do telejornalismo, o *Jornal Nacional* tratou do assunto através de notícias e reportagens sobre temas como: tributação de *smartphones*, *tablets* e computadores, sequestro de dados, invasão de computadores, golpes em sites de compras pela internet, sistemas computadorizados criados por comerciantes brasileiros, entre outros. O assunto também se explicitou no cenário da bancada principal, que mostrou computadores, telas e outros aparatos na redação do jornal. Em geral, além desses, os *smartphones* foram os que mais apareceram, seguidos dos *notebooks* e *tablets*. Também houve frequentes alusões à internet e ao “digital”, e algumas alusões ao *twitter* e outros sites.

Já na publicidade, as “novas tecnologias” foram tematizadas em anúncios, vinhetas e chamadas de uma diversidade de segmentos de mercado e de variadas formas. As referências mais recorrentes foram ao *smartphone* e às *hashtags*, além de aparatos como telas, *notebook*, *tablet*, computador e televisão, entre outros. A “internet” e o “digital” foram bastante aludidos, além de tecnologias como 4G,

telefonia, sistemas de conexão em automóvel, entre outros. Os aplicativos, as redes sociais em geral e os sites foram bastante presentes, com alusões específicas ao *Youtube* e ao *Whatsapp*.

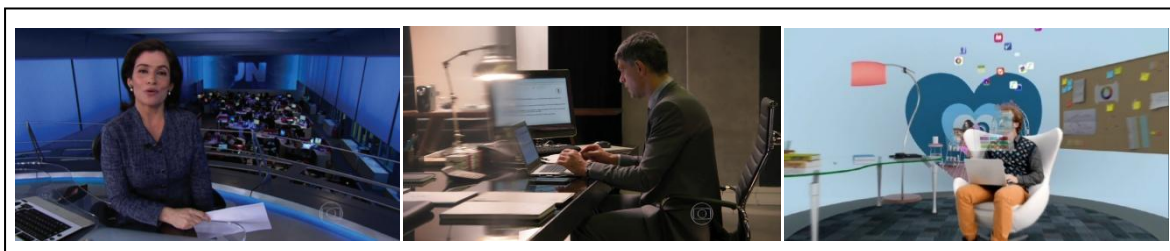
No gênero da telenovela, as “novas tecnologias” foram tematizadas como parte do cenário ou objeto de cena. Majoritariamente, esse gênero tematizou aparatos e *gadgets* como *smartphones*, computadores e televisores, além de *notebooks*. Houve raras referências às plataformas de interação e às tecnologias de conexão digital em si.

**Quadro 1:** Exemplos de “novas tecnologias” presentes no fluxo televisivo.



Fonte: Quadro elaborado pelas autoras a partir do material coletado [11].

Ao longo do fluxo televisivo, essas tecnologias também foram representadas a partir de seus “usos”. “Fotografar” e “filmar” foram os mais referenciados, principalmente em relação aos *smartphones*. Mas nem sempre a ação foi especificada: em alguns casos, os personagens apenas “mexem” nos aparatos ou plataformas. Além disso, em todos os gêneros, também há abordagens que não situam as tecnologias em relação prática nenhuma: elas apenas “estão lá”. Nessas situações, as “novas tecnologias” foram frequentemente situadas no mundo do trabalho, ocupando escritórios e mesas de reunião. Também se destacaram usos relacionados à comunicação interpessoal e a ações como assistir vídeos, pesquisar (sites ou aplicativos de busca), estudar, usar redes sociais, comprar, ouvir músicas, entre outros. Especificamente, a publicidade é o gênero que narrou a maior variedade de usos possíveis e a telenovela é o que menos o fez. Os usos “negativos” foram tematizados sobretudo no gênero do telejornal.

**Quadro 2:** Exemplo de usos de “novas tecnologias” (para o trabalho) no fluxo televisivo.

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras a partir do material coletado [12]

Observando os temas centrais das narrativas encadeadas, constatamos que a tematização das “novas tecnologias” ocorre no fluxo televisivo analisado de três formas distintas: em uma “posição central”, “de recurso” ou “de contexto”. De modo mais explícito, as referências aparecem quando o tema é o assunto principal do segmento, referido como algo extraordinário, que merece destaque e atenção (o que chamamos “posição central” do tema nas narrativas). Em geral, essa posição foi mais observada no gênero publicitário, mas também ocorreu de forma relevante em narrativas jornalísticas, não tendo sido observada na telenovela.

Ainda de forma explícita, as referências aparecem quando o tema está em evidência para falar de outro assunto, quando as “novas tecnologias” são abordadas para qualificar, descrever ou argumentar sobre outro tema (o que chamamos de “posição de recurso”). Também essa posição é mais frequente nas narrativas publicitárias, argumentando pelas vantagens de algum produto ou serviço.

De forma recorrente porém mais discreta, as referências aparecem quando o tema foge à evidência e é aludido no plano de fundo, servindo à contextualização, como algo que dispensa atenção, algo banal e ordinário (o que chamamos de “posição de contexto”). Observada em todos os gêneros que tematizam as “novas tecnologias” no fluxo televisivo pesquisado, essa forma de abordagem do tema é mais presente no gênero de telejornalismo, depois na telenovela e, por fim, na publicidade.

**Quadro 3:** As posições das “novas tecnologias” no fluxo televisivo.

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras a partir do material coletado. [13].

De forma geral, as “novas tecnologias” aparecem majoritariamente na posição de contexto. O fluxo analisado demonstra que, no telejornalismo, o tema tende a ser abordado de forma banal, ganhando destaque em pautas específicas de algumas reportagens e matérias. Já na telenovela, o tema aparece somente de forma banal e ordinária, não sendo explorado com destaque. Quando o tema aparece na publicidade, tende a estar em evidência como argumento principal (produto ou serviço) ou parte dele (atributos, vantagens), mas também como algo banal (as tecnologias “povoam” os cenários e situações de consumo de quase qualquer tipo de bem). As três “posições” encontram-se de uma forma mais equilibrada na publicidade que nos demais gêneros encadeados no fluxo televisivo observado.

A partir dessa descrição, é possível aprofundar nossa análise retomando contribuições de Williams (1992) e Jensen (1995). As sequências de programação são planejadas visando “capturar” a atenção do telespectador e “retê-la” durante todo o fluxo televisivo (WILLIAMS, 1992). No entanto, para além do caráter planejado, cabe observar a intertextualidade entre os fragmentos encadeados, o que pode ser apreendido tanto no fluxo de um único gênero quanto no fluxo televisivo geral.

No primeiro caso, um exemplo está no “fluxo publicitário”, onde a intertextualidade revela a forma como cada um dos anúncios “[...] se conecta a outros, antecedentes, consecutivos, infinitamente”, potencializando a construção de “inúmeras associações entre os textos” (PIEDRAS, 2009, p. 97). O anúncio da *Anhanguera* que mostra uma *selfie* entre amigos (“posição de contexto”) se articula ao seguinte, em que a *Magazineluiza* anuncia o *smartphone* para a venda (“posição central”) explicitando o atributo da “câmera frontal” para *selfies*. Há uma

continuidade entre essas peças, que não necessariamente foram idealizadas para se apoiarem uma na outra.

No fluxo televisivo em geral, o mesmo é empiricamente observado entre segmentos de diferentes gêneros que se interrompem e se “prolongam” na abordagem do tema de forma fragmentada. Ainda que aparentemente desconectado, o telejornal, por exemplo, contribui para fornecer um conjunto de imagens que também farão sentido junto às interpelações publicitárias e às imagens da telenovela. Da mesma forma, enquanto a publicidade anuncia *smartphones* e *notebooks*, já estamos sendo socializados com eles nas bancadas do telejornal, nas entrevistas coletivas, nas diversas cenas da telenovela, ao longo da experiência de assistir televisão. O fluxo intertextual fornece coerência a uma abordagem específica das “novas tecnologias” de um fragmento, ancorando-a na “construção conjunta” do fluxo como um todo.

Tal como os debates cotidianos explorados por Williams (1992) e Spigel (1992), a presença sistemática das “novas tecnologias” no horário nobre da televisão demonstra uma mobilização social em torno da construção de uma diversidade de representações: ora as “novas tecnologias” são “tecnologias de constrangimento social”, ora “tecnologias de liberdade” e de “progresso humano”, ora “tecnologias de espionagem” ou mesmo “tecnologias de aceitação social”.

À exemplo das “posições” encontradas, há um conjunto de “regras discursivas” (SPIGEL, 1992) para abordar as “novas tecnologias”. Quando numa “posição central”, há espaço para argumentação e expressão de uma diversidade de valores ou significados que detalham aspectos do objeto representado, organizando e estruturando sua representação. Quando na “posição de recurso”, a abordagem abre menos espaço e parece “pressupor” a “partilha” do conhecimento sobre alguns aspectos do objeto da representação. Nessas duas posições de destaque, as “novas tecnologias” são representadas de formas ambivalentes: ora enfatizam-se aspectos negativos, riscos e dificuldades (majoritariamente no telejornal), ora são classificadas como algo positivo, bem aceito socialmente e capaz de melhorar a vida das pessoas (principalmente na publicidade). De modo contrastante, quando na “posição de

contexto” as “novas tecnologias” são abordadas de forma aparentemente “neutra” (nem boa nem ruim), como parte do contexto e situações narradas.

De uma forma geral, o fluxo televisivo analisado sociabiliza o telespectador com a presença desses aparatos. As “novas tecnologias” são pautas de reportagens jornalísticas, são produtos e serviços anunciados (ou parte deles), mas também são objetos banais. Se, por um lado, essas imagens “banais” remetem à cultura material que a televisão invariavelmente representa, por outro, têm implicações relevantes na objetivação de representações que objetivam as “novas tecnologias” como algo naturalmente presente e necessário no cotidiano. Como demonstrou Williams (1992, p. 112, tradução nossa), a análise do fluxo televisivo permite apreender o “fluxo de significados e valores de uma cultura específica” (WILLIAMS, 1992, p. 112, tradução nossa).

Há um efeito de sentido global no fluxo, acionado na rede de “coerências” entre os segmentos e suas “pressuposições” consensuais (JENSEN, 1995), sobre a “presença natural” das “novas tecnologias” no cotidiano, portanto. Através dos assuntos pautados, das cenas dramatizadas, das linguagens utilizadas, a telenovela, o telejornal e os diversos anunciantes são remetidos ao mundo digital. A presença das “novas tecnologias” na realidade é naturalizada nas situações cotidianas representadas na televisão, expressando e constituindo uma visão da contemporaneidade integrada a esses objetos. O efeito das “coisas como são” se sustenta na própria experiência repetitiva do fluxo, marcada por sequências redundantes de chamadas de programação que antecipam e repetem o que será adiante apresentado ou pela insistência dos mesmos slogans publicitários a cada intervalo.

Há, portanto, uma ritualização da representação (GOFFMAN, 1979) sobre “novas tecnologias” como algo normal e necessário, empiricamente apreensível no fluxo televisivo em função de sua própria dinâmica. Nesse sentido, essa ritualização organiza (consolida) o que é convencional ou “normal” na nossa cultura: a presença dos mais variados aparatos digitais em nosso cotidiano e o fascínio pelas suas potencialidades. É nessa “normalidade” que está uma das facetas regulatórias dos sistemas de representação (HALL, 1997b), vinculando-os às práticas sociais mais



diversas. Tal representação remete, evidentemente, ao fluxo em seu “sentido preferencial”, partilhado entre os diferentes segmentos discursivos dos gêneros intercalados na programação.

As “novas tecnologias” não são apenas banais, mas elementos aceitáveis, desejáveis e revolucionários da nossa cultura, como fica expresso nos anúncios que dizem “Conectados vivemos melhor” (VIVO, 2015), “somos digital” (GLOBO, 2015), ou na matéria preocupada com o aumento da tributação de *smartphones*, *tablets* e computadores (JORNAL NACIONAL, 2015). Nesse sentido, tais abordagens ancoram-se na histórica fascinação com as “novas tecnologias” (SPIGEL, 1992) e suas promessas de progresso social (MOSCO, 2004). “Partilhados” entre narrativas de diferentes gêneros, esses “sentidos preferenciais” (HALL, 1997a) contribuem na manutenção da hegemonia (PROCTER, 2004) da chamada “ideologia da tecnologia”, naturalizando a visão da integração tecnológica como algo normal e necessário para fazer a sociedade melhorar (BURNETT; MARSHALL, 2003).

A integração natural das “novas tecnologias” na realidade cotidiana da televisão pode gerar “contradições específicas” (JENSEN, 1995) junto à realidade da experiência cotidiana da audiência de televisão aberta no Brasil. À exemplo da internet, boa parte dos brasileiros ainda não tem acesso (até 2015, 51% da população era internauta), variando conforme a classe, a geração, o nível de escolaridade ou a região. Considerando as relações de poder implicadas nos sistemas de representação (GOFFMAN, 1979; HALL, 1997), a “partilha” da visão das “novas tecnologias” como algo normal e necessário constrói a “coerência” cotidiana da atuação de grandes empresas (nacionais e estrangeiras, produtoras e prestadoras de serviços) e de políticas de implementação de infraestrutura e incentivo à “digitalização” de diversos setores, ao mesmo tempo em que exclui pouco menos da metade da população dessa “nova era” de “transformações revolucionárias” (BURNETT; MARSHALL, 2003; MOSCO, 2004). Se a “partilha” de representações sobre uma tecnologia também configura sua “forma cultural”, no contexto brasileiro a “digitalização” ainda reproduz (e não soluciona) as desigualdades sociais no país.



---

## Considerações finais

Partindo da discussão sobre a forma como as “novas tecnologias” vêm sendo representadas, classificadas e assimiladas ao social no contexto midiático brasileiro, enfatizamos o papel do fluxo televisivo na circulação e consolidação de representações que organizam sua “coerência” na realidade cotidiana.

Acreditamos que, apesar do interesse de pesquisas recentes pelas novas formas de fazer e assistir televisão e dos questionamentos acerca do sistema *broadcast*, o sistema tradicional ainda persiste na experiência televisiva brasileira e apresenta questões por investigar. Sobretudo, se considerarmos que as propostas analíticas de Williams (1992) e Jensen (1995) não se limitam à suposta “linearidade” de tal sistema. Afinal, atentam às complexas relações discursivas entre conteúdos encadeados (WILLIAMS, 1992) e a própria experiência do telespectador, destacando o fluxo intertextual que costura uma realidade comum entre os textos midiáticos e entre essa e os repertórios interpretativos da recepção (JENSEN, 1995).

Entre as pesquisas reunidas no estado da arte, investigações etnográficas e da recepção adotaram a noção de fluxo televisivo na delimitação dos objetos e problemáticas de análise concernentes à questão das representações (OLIVEIRA, 2008; CRUZ, 2007; MENDES, 2012). Em termos metodológicos, os fluxos televisivos analisados foram pouco descritos em sua dimensão textual, sendo mais explorados na perspectiva dos receptores. Diante de nosso referencial teórico e em diálogo com essas contribuições, visamos complementar os percursos já indicados por investigações da experiência do telespectador. Além desse âmbito, buscamos construir uma base conceitual consistente para operacionalizar também a análise textual da circulação de representações no fluxo televisivo.

Apresentamos a descrição detalhada da tematização investigada no fluxo televisivo e uma análise de abordagem qualitativa mesclada a procedimentos quantitativos. As etapas descritivas resultaram na distinção entre três posições do tema ao longo do fluxo analisado e viabilizaram uma interpretação dos elementos que objetivam e ancoram representações das “novas tecnologias” como algo normal e

necessário ao ritualizar sua presença no cotidiano televisivo. De fato, como demonstram as pesquisas já realizadas, a interpretação dos receptores não está dada, mas cabe considerar a configuração de um certo “clima” na programação, de um efeito de sentido global, que pode “[...] pré-estruturar o significado potencial da televisão e, conseqüentemente, a agenda política e cultural que os telespectadores encontram” (JENSEN, 1995, p. 122, tradução nossa). Nossa contribuição está, justamente, na proposta de uma forma de abordar essa dimensão do fluxo televisivo na discussão mais ampla sobre a circulação e consolidação de representações na experiência televisiva cotidiana.

## Notas

[1] Segundo relatório do Grupo de Mídia de São Paulo (2016), o pico de televisores ligados ocorre entre 21h e 22h.

[2] A obra de Williams (1992) que desenvolve a noção (“Television: Technology and cultural form”) recebe este ano uma edição na língua portuguesa, o que demonstra que a discussão se mantém pertinente.

[3] A rede internacional realiza estudos sistemáticos sobre a ficção televisiva (abordada no âmbito da produção, circulação e recepção). O OBITEL Brasil se consolidou como um trabalho colaborativo de referência, reunindo investigadores de universidades e centros de pesquisa de vários estados brasileiros (OBITEL BRASIL, 2016).

[4] Um breve levantamento foi realizado a partir da busca pela palavra-chave “fluxo televisivo” nos repositórios digitais de Teses e Dissertações da Capes e da Biblioteca Digital Brasileira (IBICT).

[5] Dizemos “entre” porque partimos do pressuposto de Williams (1992) de pensar no fluxo para além dos gêneros. Portanto, exploramos o encadeamento entre os três gêneros mais presentes no fluxo analisado (horário nobre).

[6] Acreditamos que o rádio “ofereceria um caminho para um futuro melhor” (BURNETT & MARSHALL, 2003, p. 8, tradução nossa), que a televisão traria “um novo mundo, uma nova sociedade, uma nova fase na história” (WILLIAMS, 1992, p. 3 tradução nossa) ou que a televisão a cabo “tinha o potencial de conectar pessoas como nenhuma outra tecnologia” e “iria transformar o mundo” (MOSCO, 2004, p. 1-2, tradução nossa).

[7] A partir de Gomes (2007, p. 19), entendemos gêneros midiáticos como “[...] formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto midiático”.

[8] 1/09, 9/09, 17/09, 24/09, 03/10, 04/10 e 12/10 de 2015, contemplando todos os dias da semana (de segunda-feira a domingo).

[9] Através do assunto (aparecia como tema), da imagem (cenário, objeto de cena, foco principal da narrativa, efeito visual, lettering, desenho/animação, imitação de interface e ilustração de algo que está sendo dito), do texto de locução, da trilha musical (efeito sonoro ou trilha cantada), de um personagem (que menciona para o espectador ou em diálogo com outro personagem), do slogan e da própria situação narrativa.

[10] Por exemplo, no telejornal, consideramos matérias jornalísticas, frases enunciadas ou planos de enquadramento (enquanto durasse a referência); na telenovela, cenas inteiras, frases ditas pelos personagens ou planos de enquadramento (enquanto durassem); e na publicidade, as vinhetas ou anúncios publicitários inteiros.

[11] Da esquerda para a direita, frames dos programas Jornal Nacional (matéria sobre visita do Papa aos Estados Unidos), da telenovela A Regra do Jogo e do anúncio da Vivo, veiculados na Rede Globo/ RBS (2015).

[12] Frames retirados dos programas Jornal Nacional, da telenovela A Regra do Jogo e do anúncio da Sebrae, veiculados na Rede Globo/ RBS (2015).

[13] Frames dos programas Jornal Nacional (“posição central”, matéria sobre o “golpe do sequestro de dados”), da telenovela A Regra do Jogo (“posição de contexto”) e do anúncio do Bradesco (“posição de recurso”), veiculados na Rede Globo/ RBS (2015).

## Referências

BURNETT, Robert; MARSHALL, P. David. *Web Theory: an introduction*. London: Routledge, 2003.

CARLON, Mario; FECHINE, Yvana. *O fim da televisão*. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean *et al.* *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

CRUZ, Fernanda Guimarães. *Socialização Midiatizada: o papel da televisão na recepção de adolescentes de instituições de acolhimento*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo - RS, 2007.

FLICK, Uwe. *Qualidade na pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIBBS, Graham. *Análise de dados qualitativos*. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GOFFMAN, Erving. *Gender Advertisements*. New York: Harper Torchbooks, 1979.

GOMES, Itania Maria Mota. *Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-Compos, abril de 2007. Disponível

em: <[http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/Itania\\_Quest%C3%B5es-de-m%C3%A9todo\\_ecompos.pdf](http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/Itania_Quest%C3%B5es-de-m%C3%A9todo_ecompos.pdf)>. Acesso em: 22 dez. 2017.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. *Mídia dados 2016 e MDi*. Grupo de Mídia São Paulo: São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://gm.org.br/midia-dados>>. Acesso em 22 dez. 2017.

HALL, Stuart. The Work of Representation. In: HALL, Stuart (org.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage/Open University: London/Thousand Oaks/New Delhi, 1997a.

\_\_\_\_\_. A Centralidade da cultura: notas sobre revoluções do nosso tempo. In: *Educação e Realidade*, v.22, n.2, p. 15-45 jul./dez. 1997b.

JENSEN, Klaus Bruhn. Reception as Flow: Media Constituents of Social Semiotics. In: *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: SAGE Publications. 1995

MENDES, Chirley Ferreira. *Uma vitrine do Brasil: telenovelas brasileiras entre estudantes africanos*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade de Brasília, Brasília –DF, 2012. Disponível em: <[http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNB\\_e02d4e22b475451838cef727bf2c52d1](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UNB_e02d4e22b475451838cef727bf2c52d1)>. Acesso em: 22 dez. 2017.

MOSCO, Vincent. *The Digital Sublime: Myth, Power and Cyberspace*. Cambridge: MIT Press, 2004.

MOSCOVICI, Serge. *As Representação Social da Psicanálise*. Rio de Janeiro, Zahar, 1978 [1961].

\_\_\_\_\_. *Representações Sociais - investigação em psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

OBITEL Brasil. *Quem somos*. [S.I.]. Disponível em: <<http://obitelbrasil.blogspot.com.br/p/quem-somos.html>>. Acesso em: 22 dez. 2017.

OLIVEIRA, Vanessa de. “*Quilombo contemporâneo*”: o fluxo televisivo mediado pela identidade étnica e movimento social. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria- RS, 2008. Disponível em: <[http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFSM\\_cfo84b6b7bfd996d854db9cd08eccdeb](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFSM_cfo84b6b7bfd996d854db9cd08eccdeb)>. Acesso em: 22 dez. 2017.

PIEDRAS, Elisa Reinhardt. *Fluxo Publicitário - Anúncios, Produtores e Receptores*. Porto Alegre : Sulina, 2009.

PROCTER, James. *Stuart Hall*. Routledge: New York, 2004.

SOARES, Gustavo Gindre Monteiro. Banda larga: direito humano ou mercadoria? In: BALBONI, Mariana (Coord.). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil 2007*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2008. 2ª ed. Disponível em: <<http://nic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-2007.pdf>>. Acesso em: 22 dez. 2017.

SPIGEL, Lynn. *Make room for tv: television and the family ideal in Postwar America*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

VEJA. *Computador*: você ainda vai ter um. São Paulo: Abril, ed. 1282, abr. 1993. Acervo Digital. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 22 dez. 2017.

WILLIAMS, Raymond. *Television: technology and cultural form*. Hanover, London: Wesleyan University Press, 1992[1974].